

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan alam yang tak terhingga, salah satunya adalah pohon kelapa yang tumbuh subur di setiap jengkal tanahnya. Dengan perkebunan yang memiliki luas 3,3 juta ha. Bahkan pohon kelapa ini dapat ditemukan di semua provinsi di Indonesia yang hampir seluruhnya merupakan perkebunan milik rakyat yang menjadi sumber penghasilan masyarakat. Indonesia dengan potensi kelapa yang melimpah, memiliki peluang besar untuk mengembangkan industri olahan kelapa atau produk turunan dari kelapa yang berkelanjutan dan bernilai tambah tinggi. Inovasi juga diperlukan sehingga kelapa dapat menghasilkan produk derivative.

Akibat krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa tahun lalu, banyak perusahaan besar yang terpaksa menghentikan kegiatan produksinya, sedangkan sektor usaha kecil dan menengah masih mampu bertahan di tengah krisis. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian. Berdasarkan pengalaman pada masa krisis ekonomi yang pernah terjadi, wajar jika pengembangan ekonomi sektor swasta difokuskan pada pengembangan usaha mikro kecil menengah. Secara umum, usaha mikro kecil menengah memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia sebagai: (1) pelaku utama kegiatan ekonomi, (2) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (3) penggerak utama dalam pembangunan ekonomi daerah dan pemberdayaan masyarakat, (4) penyedia lapangan pekerjaan, serta (5) penyumbang neraca pembayaran (Farisi dkk., 2022).

Pada tahun 2023, di Indonesia memiliki wirausahawan UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM telah mencapai Rp9.580 triliun dari pendapatan domestik bruto (PDB. Bersama dengan KADIN (Kamar Dagang dan Industri Indonesia), pemerintah terus mendorong usaha mikro kecil dan menengah untuk memasuki ekosistem digital. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil menargetkan UMKM yang dapat memasuki pasar digital akan naik menjadi 20,76 juta unit usaha

pada tahun 2022, 24 juta unit usaha pada 2023 dan dapat meningkat lagi menjadi 30 juta unit usaha pada 2024. Untuk mencapai tujuan ini, KADIN akan memulai konversi digital melalui berbagai program, termasuk platform Wikiwirausaha yang searah dengan Kemenkopukm, dan akan mendukung program pemerintah dengan membuka pusat layanan bisnis terintegrasi. Kategori UMKM didasarkan pada tingkat modal usaha saat pertama pendirian usaha. Apabila modal usaha mencapai maksimal 1 milyar rupiah (tidak dengan tanah dan bangunan tempat usaha), maka digolongkan kelas usaha mikro. Jika usaha dengan modal usaha lebih dari 1 miliar rupiah hingga 5 milyar rupiah (tidak dengan bangunan dan perusahaan), maka digolongkan sebagai kelas usaha kecil. Usaha dengan modal bisnis lebih dari 5 milyar rupiah hingga 10 milyar rupiah, maka digolongkan kelas usaha menengah. Dan jika modal lebih dari 10 milyar rupiah, maka digolongkan kelas usaha besar.

Pada saat ini, UMKM akan diimplementasikan secara intensif di berbagai bagian Indonesia. Salah satu yang menjalankan UMKM tersebut adalah Blitar, terdapat banyak UMKM yang menjalankan usaha-usaha tertentu, salah satunya pada usaha olahan kelapa menjadi Zagon Kelapa. Peran UMKM yang fleksibel, dapat dengan cepat mendapatkan tenaga kerja, terlepas dari tinggi rendahnya para tenaga kerja. Jadi, selain berperan penting dalam perekonomian, UMKM juga memainkan peran dalam mengatasi tingkat pengangguran yang tinggi. Peran yang sangat besar dari UMKM untuk Indonesia bisa menjelaskan bahwa UMKM perlu ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM dapat bertahan dan bersaing jika manajemen diterapkan dengan benar. Secara umum, manajemen termasuk pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan. Menurut Purwanto pada (Sunarsasi & Hartono, 2020) Analisis strategis meliputi “strategi segitiga” yang mencakup pelanggan, pesaing, dan bisnisnya. Sebagian besar perusahaan atau unit bisnis hanya berfokus pada produk yang diproduksi untuk memelihara dan mengembangkan perusahaan. Selain itu, perusahaan perlu memperhatikan strategi bisnis mereka untuk terus bersaing agar dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaan yang sudah dibangun.

Strategi pemasaran adalah salah satu metode untuk meraih keuntungan dalam persaingan yang berkesinambungan bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi ini dapat dianggap sebagai salah satu fondasi penyusunan rencana

bisnis yang komprehensif. Mengingat kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan dalam merebut pangsa pasar menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM itu sendiri. UMKM pada umumnya perlu memiliki strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Dalam situasi ini, penentuan strategi pemasaran memerlukan perhatian yang serius dari para pelaku usaha (Mandasari dkk., 2019). Kondisi seperti ini akan dihadapi juga oleh UD. Wijayakusuma.

UD. Wijayakusuma adalah suatu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di Jl. Kemuning No.18, Kel. Plosokerep Kec. Sananwetan Kota Blitar. UD. Wijayakusuma merupakan usaha yang memproduksi opak gambir premium, opak gambiraria, koyah kacang hijau, kue kering dan zagon kelapa. Seiring berjalannya waktu banyak usaha sejenis yang juga memproduksi zagon kelapa yang berdampak sulitnya untuk menjaga posisi produknya karenan persaingan usaha yang semakin ketat. Oleh karena itu, mereka perlu meningkatkan usaha yang mereka jalankan dengan baik terutama dalam pembuatan produk zagon kelapa dan strategi pemasarannya. Untuk itu UD. Wijayakusuma harus dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi UMKM-nya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah pada UD. Wijayakususma adalah Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan Zagon Kelapa pada UD. Wijayakusuma Kota Blitar?

1.3 Tujuan PKL

Pelaksanaan PKL ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan Zagon Kelapa pada UD. Wijayakususma Kota Blitar.

1.4 Manfaat PKL

Adapun Praktik Kerja Lapang ini diharapkan mencapai manfaat yaitu :

1.4.1 Manfaat bagi Universitas Islam Balitar

1. Membantu Universitas Islam Balitar mencetak mahasiswa yang berkualitas.
2. Menjadi media untuk memperkenalkan Universitas Islam Balitar secara luas.

3. Dapat menjalin kerja sama dengan UMKM untuk melaksanakan kegiatan praktek kerja lapang ataupun penelitian untuk kedepannya.

1.4.2 Manfaat bagi Mahasiswa

1. Mendapatkan pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan sesuai bidang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.
2. Melatih diri agar mudah beradaptasi di dunia pekerjaan yang sesungguhnya.

1.4.3 Manfaat bagi UMKM dan Pembaca Kalangan Umum

1. Memberikan gambaran kepada pembaca tentang produk Zagon Kelapa.
2. Membantu meningkatkn citra UMKM di mata pelanggan, mitra bisnis dan masyarakat umum.
3. Membantu menyelesaikan produksi di tempat praktek kerja lapang.